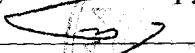


# МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учебно-методическое объединение по гуманитарному образованию

## УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра образования  
Республики Беларусь

 В.А. Богущ

15.09.2015

Регистрационный № ТД-Е.636/тип.

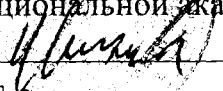
## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Типовая учебная программа по учебной дисциплине  
для специальности

1-23 01 15 Социальные коммуникации

### СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по науке  
Института социологии  
Национальной академии наук Беларуси

 В.Л. Абушенко

29.05.15

### СОГЛАСОВАНО

Начальник Управления высшего  
образования Министерства образования  
Республики Беларусь

 С.И. Романюк

15.09.2015

### СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-методического  
объединения по гуманитарному  
образованию

 И.В. Титович

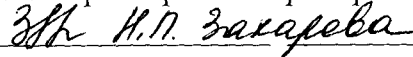
### СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической  
работе Государственного учреждения  
образования «Республиканский  
институт высшей школы»

 И.В. Титович

04.09.2015

Эксперт-нормоконтролер

 Н.П. Захарова

02.09.2015

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

**А. А. Широканова**, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации Белорусского государственного университета, кандидат социологических наук

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

**Кафедра философии** учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»;

**С. В. Потапенко**, доцент кафедры политологии, социологии и социального управления Белорусского национального технического университета, кандидат философских наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ТИПОВОЙ:**

Кафедрой социальной коммуникации Белорусского государственного университета  
(протокол № 9 от 27.03.2015 г.);

Научно-методическим советом Белорусского государственного университета  
(протокол № 5 от 15.05.2015 г.);

Научно-методическим советом по группе специальностей «Коммуникации»  
Учебно-методического объединения по гуманитарному образованию  
(протокол № 2 от 27.05.2015 г.)

Ответственный за редакцию: А.А. Широканова

Ответственный за выпуск: А.А. Широканова

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Типовая учебная программа дисциплины «Организационные коммуникации» разработана в соответствии с Образовательным стандартом и типовым учебным планом по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации». Данная дисциплина входит в цикл специальных дисциплин государственного компонента подготовки специалистов в области социальных коммуникаций. Формальные и неформальные организации являются институциональной основой функционирования современного общества, а регуляция их деятельности, как и обеспечение их функционирования происходят в значительной степени через внешние и внутренние коммуникации.

**Цель** учебной дисциплины – сформировать у студентов целостные, систематизированные представления о ведущей роли коммуникации в организациях путем изучения теоретико-методологических перспектив и эмпирических закономерностей применения коммуникации в различных областях функционирования организаций. Указанная цель раскрывается через реализацию следующих **задач** данной учебной дисциплины:

1) сформировать основы представлений об организационных коммуникациях и организационном поведении в современной и классической теории организаций;

2) выявить модели организационных структур и их эволюцию на фоне усиления влияния коммуникационных и сетевых процессов на структуру, культуру организации, организационную идентичность;

3) определить основные методы и базовые методики исследования коммуникационных процессов в различных аспектах функционирования организаций;

4) сформулировать ключевые проблемы, метафоры и направления исследований в области организационных коммуникаций.

Учебная дисциплина «Организационные коммуникации» предназначена для реализации на первой ступени высшего образования. Данная учебная дисциплина читается в пятом семестре, что предполагает успешное освоение студентами таких специальных дисциплин, как «История и теория социальных коммуникаций», «Речевая коммуникация», «Массовые коммуникации» в объеме, предусмотренном Образовательным стандартом. Предполагается, что студенты обладают базовыми знаниями по теории коммуникации, знакомы с основными понятиями менеджмента, владеют основами методологии и методики исследований коммуникаций.

По завершении изучения учебной дисциплины «Организационные коммуникации» студенты должны **знать**:

- эволюцию организационных форм, коммуникационных и информационных технологий;
- механизмы влияния коммуникаций на организационную культуру, организационную идентификацию, на процессы принятия решений, организационного научения, власти и влияния в организации;

- закономерности протекания коммуникативных процессов в организациях традиционных и новых типов организационной структуры.

По завершении изучения учебной дисциплины «Организационные коммуникации» студенты должны **уметь**:

- планировать и осуществлять мероприятия по сопровождению организационных изменений и реформ;
- выявлять ключевые особенности организационного дискурса;
- управлять коммуникациями в организациях и через их посредство – различными аспектами организационного поведения.

После завершения изучения учебной дисциплины «Организационные коммуникации» студенты должны **владеть**:

- методами анализа коммуникативных аспектов организационного поведения;
- основами анализа социальных сетей в организациях;
- приемами управления коммуникациями в организациях.

В результате изучения дисциплины студент должен обладать следующими компетенциями:

Академическими:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

Социально-личностными:

СЛК-6. Уметь работать в команде.

Профессиональными:

ПК-2. Проводить организационные исследования с целью сбора информации, необходимой для принятия управленческих решений и оценивания их эффективности.

ПК-3. Собирать, систематизировать, обрабатывать и анализировать информацию.

ПК-5. Оценивать результаты и последствия коммуникационных проектов, внешних и внутренних коммуникационных мероприятий и кампаний.

ПК-13. Распространять информацию, осуществлять внешние и внутренние коммуникации предприятия, организации с использованием современных информационных и коммуникационных технологий, средств массовой коммуникации.

ПК-14. Разрабатывать, наполнять и поддерживать информационные ресурсы предприятия, организации, включая электронные базы данных, корпоративные и коммерческие интернет-сайты и т. п.

ПК-15. Разрабатывать и реализовывать коммуникативную стратегию учреждения, предприятия, организации; планировать и осуществлять информационные кампании и мероприятия.

ПК-19. Оценивать готовность организаций к нововведениям и консультировать их с целью повышения инновационного потенциала.

ПК-20. Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий на предприятиях и в организациях.

По своему содержанию дисциплина «Организационные коммуникации» носит междисциплинарный характер и с необходимостью интегрирует релевантные теоретико-методологические разработки из социальной антропологии, социальной психологии, менеджмента, социологии, экономики и других наук.

На изучение учебной дисциплины «Организационные коммуникации» образовательным стандартом отводится всего 122 учебных часа, из них 72 – аудиторных, распределение которых по видам занятий включает 36 лекционных, 36 семинарских часов.

Рекомендуемая форма итогового контроля – экзамен.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Наименование раздела, темы	Кол-во ауд-х часов	
		Лекции	Семинары (практич.)
1.	Подходы к исследованию коммуникационных процессов в организациях	4	2
2.	Организационная структура	4	4
3.	Коммуникация в принятии решений в организации	4	4
4.	Сетевой подход в изучении организационных коммуникаций	6	4
5.	Власть и коммуникация в организации	4	6
6.	Роль коммуникации в организационной культуре	4	6
7.	Организационная идентичность	4	4
8.	Организационное научение	4	2
9.	Информационно-коммуникационные технологии в организационных коммуникациях	2	4
	ИТОГО	36	36

## СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

### **Тема 1. Подходы к исследованию коммуникационных процессов в организациях**

Общая теория организаций. Организация как совокупность социальной технологии, людей, целей, экономических и культурных ресурсов. Организация как система взаимодействующих индивидов. Классические определения организаций (Ч. Барнард, С. Робинс, А. Этциони, М. Вебер и др.). Понятие об организационном поведении. Появление формальных организаций как ответ на сложности администрирования в индустриальных обществах. Этапы исследования коммуникаций в организации. Натуралистские и конструктивистские интерпретации организаций.

Современные теории коммуникативной природы организаций (Ф. Томпкинс, У. Реддинг, К. Вейк, Л. Патнэм, С. Дитц и др.). Идеи о коммуникативном конституировании организаций (Ф. Томпкинс). Процессы производства смысла (sensemaking) в организации как создание общего понимания организации на основе идентичности, ретроспекции, воплощения среды в диалогах, создания нарративов, интерпретации текущих событий, поиска «подсказок» и правдоподобного описания (К. Вейк).

Основные темы исследований организационных коммуникаций: межличностные отношения, коммуникативные навыки и стратегии, организационная культура, информационные потоки, власть и влияние, принятия решений, лидерство, коммуникативные сети, организационные и индивидуальные эффекты коммуникаций, коммуникативные стили, язык организационных коммуникаций, взаимодействие между организацией и средой, коммуникативные технологии, организационные структуры, организационная эффективность, кросскультурные исследования, организационный климат.

Эвристический метод метафор в организационных исследованиях. Метафоры организации (Г. Морган): механизм, организм, мозг, культура, политическая система, тюрьма, инструмент доминирования. Метафоры организационной коммуникации (Л. Патнэм): контейнер, линза, связь, координированное действие, символ/текст, голос, дискурс.

### **Тема 2. Организационная структура**

Внутренние «переменные» организации: цели, люди, технологии, задачи, структура. Классические подходы к организационной структуре: первичность структуры, вторичность коммуникации (метафора контейнера). Параметры организационной структуры: сложность (горизонтальная, вертикальная и пространственная дифференциация, интеграция), формализация, централизация. Идеальные типы организационных структур. Классическая теория бюрократии (М. Вебер): разделение труда, иерархия, формальные правила, обезличенность, процедуры подготовки. Парадоксы бюрократии. Неоинституционализм (П. Димаджио, У. Пауэлл).

Организационная конфигурация как специфическое сочетание значений нескольких переменных, имеющее описательную ценность (Г. Минцберг):

простая (предпринимательская), механистическая и профессиональная бюрократии, дивизиональная форма, адхократия (инновационная); дополнительно – миссионерская и политическая. Координационные механизмы в организационных конфигурациях, соответственно: прямой контроль, стандартизация процессов, стандартизация навыков и квалификации, стандартизация выпуска, взаимное согласование, стандартизация норм, политика. Параметры структуры: средства связи, планирование и контроль, тренинг, делегирование, принятие решений, формализация. Задачи диагностики конфигураций: идентификация переменных, определение их комбинаций, определение соответствующих ситуаций, определение последствий, описание логики работы, поиск принципов создания и трансформации организаций. Достоинства и недостатки концепции организационных конфигураций.

Критический анализ традиционных параметров организации. Определяющее влияние внутриорганизационных отношений на организационные паттерны. Разделение централизации и контроля (идея паноптикума у М. Фуко). Взаимосвязи между формализацией и производством смысла, поведением, организационным дискурсом. Различение формального и неформального. Зависимость централизации и формализации от новых информационных технологий.

Традиционные типы организационной структуры: вертикальный функциональный, дивизиональный матричный. Новые типы организационной структуры: командный (team), сетевой, виртуальный. Появление новых организационных форм как реакция на технологические и экономические инновации. Снижение уровней иерархии как ответ на вызовы глобализации. Процессы дезорганизации в современных развитых обществах (М. Кастельс). Характеристики новых организационных форм: использование информационных технологий, гибкость, модульные структуры, глобальная географическая дифференциация, виртуализация, командная форма работы, уплощение иерархии, институционализация внутриорганизационного рынка.

Коммуникативные репрезентации организационной структуры. Понятие «структуры-коммуникации» (Р. Макфи). Профессиональный жаргон как пример «структуры-коммуникации». Концепция опосредования социальных отношений текстами (Д. Смит), которые организуют социальное действие, создают позиции и факты. Разговорная теория организации Дж. Тэйлора. Понимание организаций через нарративы, язык, дискурс. Эквивалентность организации и коммуникации. Организационная структура как продукт коммуникаций. Дискурс как процесс структурирования (организовывания), текст как средство и результат разговора.

### **Тема 3. Коммуникация в принятии решений в организации**

Предположения о рациональности организационных решений и их критика. Классические экономические теории принятия решений: ценностная нейтральность акторов, обладание полной информацией о вариантах решения и всех последствиях. Неопределенность и риск в принятии решения. «Недосоциализированные» и «пересоциализированные» концепции актора,



принимающего решение (М. Грановеттер). «Информативность» новой информации. «Поведенческая» теория Г. Саймона: концепция ограниченной рациональности. Деревья решений и принятие решения на основе предельной полезности.

Нерациональность решений в обыденной жизни. Эвристики доступности, репрезентативности, привязки, моделирования (Д. Канеман, А. Тверски). Предвзятости и способы их ослабления. Понятие субъективной вероятности и вероятностные рассуждения.

Эвристики коллективных решений. Особенности принятия решения в группе. Понятие социальной группы. Социальная фасилитация. Социальная леность. Деиндивидуализация. Сдвиг к риску. Групповая поляризация и ее причины. Группомыслие, или огруппление мышления (И. Джанис): иллюзия неуязвимости, непоколебимая вера в нравственность группы, рационализация, стереотипное представление оппонентов, конформизм, самоцензура. Социально-психологические эксперименты Ф. Зимбардо. «Мудрость толп» (Дж. Шуровьески). Лингвистические и дискурсивные ресурсы групповых решений. Влияние меньшинства как способ получения креативных решений. Условия влияния меньшинства: последовательность, уверенность, лидерство. Проблема эффективности мозгового штурма.

Этические и культурные аспекты принятия организационных решений. Анализ кризисных ситуаций («Форд Пинто», «Энрон») и способы контроля принятия решений в организациях.

#### **Тема 4. Сетевой подход в изучении организационных коммуникаций**

Открытие сетевой структуры неформальных межличностных отношений мастерской телефонных панелей в хотторнском эксперименте (1930-е гг.). Теории социального обмена, их роль в объяснении динамики организационных сетей. Идеи новой институциональной экономики. Формальная и неформальная организационные диаграммы, их визуализация. Развитие сетевого подхода в социальных науках в 1970-1980-е гг. (Х. Уайт, М. Грановеттер, Р. Берт и др.). Программное обеспечение для анализа организационных сетей.

Методы анализа социальных сетей в исследованиях организационных коммуникаций. Методы реконструкции неформальной диаграммы: непосредственное наблюдение, выборочное обследование, интервью с информантами, социометрический опросник, техническая фиксация взаимодействий (data mining). Этические вопросы исследования организационных сетей. Эффекты восприятия индивидами своего положения в сети. Эго-сети. Ошибки менеджеров в повседневной диагностике сетей: смешение формальных и неформальных атрибутов. Организационные сети рабочих процессов, советов, дружбы. Связь сплоченности и избыточность информации.

Понятие сильных и слабых связей (М. Грановеттер), информационного брокера (Р. Берт). Роль сетей доступа в поиске работы, мобилизации ресурсов, диффузии знаний и практик (У. Пауэлл). Сети власти и влияния. Позитивные и негативные свойства различных сетевых конфигураций. Взаимовлияние формальных и неформальных сетей. Фирма как сеть

соглашений. Межорганизационные сети и альянсы. Соперничество между иерархиями и сетями. Организационная диагностика и гармонизация внутриорганизационных отношений. Групповое обсуждение неформальной структуры, проектная форма работы и коммуникативные форумы как средства организационных изменений.

Концепция структурной укорененности (М. Грановеттер). Механизмы образования социальных сетей: роль сходства характеристик (гомофилии), географической и/или электронной близости акторов, транзитивности. Личная и групповая реципрокность в образовании сетей.

Социальный капитал организации. Понятие социального капитала (П. Бурдьё, Дж. Коулман). Структуралистские и коннекционистские представления о социальном капитале. Сетевые модели социального капитала: заражение, заметность, замыкание и посредничество (Р. Бёрт). Замыкание, сплоченные группы и доверие (Дж. Коулман), посредничество, структурные пустоты и внедрение инновации (Р. Бёрт). Индивидуальный и организационный доступ к ресурсам. Эго-сети и социальный капитал. Оценка социального капитала организаций: агрегация личных связей сотрудников и межорганизационных связей.

### **Тема 5. Власть и коммуникация в организации**

Классические определения власти (М. Вебер, Р. Даль). Мотивационная основа и источники власти. Ограниченность ресурсов организации и конкуренция за них. Коммуникативные средства власти и контроля. Индикаторы власти в анализе социальных сетей. Центральность в сети в подразделениях разного уровня. Виды центральности (Л. Фридман): степени, близости, промежуточности. Связь анализа властных отношений с типом сети, уровнем подразделения, показателями центральности.

Три вида власти (С. Льюкс): принуждение, манипуляция, самоконтроль. Влияние властных отношений на организационную динамику («мобилизация предвзятости», «непринятие решений»). Реляционные и системные концепции власти. Виды власти (Дж. Френс, Б. Рейвен): вознаграждающая, принуждающая, нормативная, эталонная, экспертная, информационная.

Интерпретативный подход к анализу власти: конституирующая роль коммуникации, совместное конструирование доминирующих организационных нарративов. Культура как форма нормативного контроля. Критические теории власти. Идеология как привилегии на интерпретацию и репрезентацию реальности, натурализация существующего порядка. Идеология как источник идентичности и субъективности. Гегемония и право на артикуляцию интересов (А. Грамши). Натурализация господствующего дискурса и борьба за смыслы: кейс «Старбакс». Корпоративная колонизация (С. Дитц) как подчинение структур значений дискурсу бизнес-организаций. Способы действия идеология (Дж. Томпсон): легитимация, сокрытие, унификация, фрагментация, реификация – и их типичные стратегии.

Постмодернистские теории власти. Дискурсивные формы власти. «Режимы истины» (М. Фуко). Власть через самонаблюдение (паноптикум), установление идентичностей и контроль отклонений (Г. Кунда).

Дисперсность власти в современных офисах. Изменение роли коммуникации: от репрезентации власти к ее производству самими членами организации.

### **Тема 6. Роль коммуникации в организационной культуре**

Полисемия понятия культуры. Признаки культурных феноменов (М. Элвессон). Изучение «групповых норм» (Ф. Ротлисбергер), «паттернов норм и отношений» в организации (Д. Кац, Р. Кан), «договорного порядка» в организации (Ф. Селзник). Японское экономическое чудо и популярность понятия «организационная культура» в 1970-1980-е гг. Определение организационной культуры (Э. Шейн). Эволюция представлений об организационной культуре от поведенческих к интерпретационным и коммуникационным трактовкам. Культура как эффективность: корпоративная культура как причина или посредник успешного функционирования. Корпоративная культура и организационная культура. «Военная метафора» сильных и слабых организационных культур (Дж. Мартин, П. Фрост) как сторонников унификации или дифференциации.

Основные традиции исследования (организационной) культуры в социальной антропологии: боазианский (Ф. Боас), структурно-функционалистский (Б. Малиновский), символический (Л. Уайт), интерпретивистский (К. Гирц). Гипотеза о «внутренней реальности» культуры. Этическое и эмическое описание (К. Пайк). Порядки интерпретации (К. Гирц). Культура как «определенный образ жизни людей или групп» (Р. Уильямс). Поведенческая этнография. Анализ драм, ритуалов, значимых событий и сценариев. Когнитивная культурология. Культура как организационное знание: разделяемые представления, ценности, верования, интерпретации, схемы и нормы поведения. Знания описательные, рекомендательные и предписывающие.

Культура как идентичность, ментальные программы, управляющие поведением (Г. Хофстеде). Кросскультурные измерения организационной культуры: приоритет процедур/результатов, забота о работниках/продукции, преданность/профессионализм, открытость/закрытость системы, мягкий/жесткий контроль, нормативизм/прагматизм. Организационная культура как климат – совокупность устойчивых характеристик организации, отраженных в индивидуальном восприятии. Социально-психологическое измерение климата: доверие, поддержка, приверженность, участие, открытость. Соотнесение индивидуальных и организационных характеристик культуры. Возможности изменения организации через изменение культуры: кейс корейских авиалиний (М. Гладуэлл).

Коммуникативные подходы. Культура как текст. Данные для анализа: текстовые манифестации (миссия, устав), устные повседневные разговоры и интервью, жаргон, организационные нарративы. Жанры нарративов: реалистический, исповедальный, импрессионистский. Структурный, герменевтический, дискурсивный анализ текстов. «Богатые» и фрагментарные организационные истории (Д. Бойе). Критический анализ культуры (М. Элвессон, С. Дитц): поиск скрытых линий неравенства, подавления, доминирования, корпоративной колонизации.

### **Тема 7. Организационная идентичность**

Представления о личностной идентичности в социальной психологии, социологии. Социальная идентичность – осознание своих свойств в терминах характеристик социальной группы. Теория социальной идентичности А. Тэджфела и Дж. Тёрнера. Условия (потребность в высокой самооценке) и последствия идентификации (внутригрупповой фаворитизм). Особенности восприятия ин-группы и аут-группы в терминах дисперсии характеристик. Теория социальной категоризации Дж. Тёрнера: роль социального сравнения. Связь личностной и социальной идентичностей. Ситуативность мобилизации идентичности. «Позитивная» и «негативная идентичность» (Э. Эриксон). Аспекты идентичности: когнитивный, аффективный, поведенческий. Факторы групповой идентификации: своеобразие, престиж, выпуклость аутгрупп, конкуренция (Б. Эшфорт, Ф. Маил).

Организационная идентичность как форма социальной идентичности. Идентификация как процесс создания и поддержания идентичности. Соотношение организационной идентичности, лояльности, преданности. Уровни идентификации с организацией: от отчуждения до слияния. Связь между совпадением индивидуальных и организационных целей. Единство целей и ценностей как связь между «корпоративной идентичностью» и корпоративной культурой.

Нарративное конструирование идентичности: ситуативный поиск согласованности (К. Вейк). Идентификация как коммуникативный и дискурсивный процесс. Ролевые конфликты и управление множественностью идентификаций. Дискурсивные ресурсы идентификации. Идентификация и коммуникативные сети. Роль организационного конфликта в формировании идентичности. Условность различения внутренней и внешней коммуникации. Идентичность и напряжение между открытостью и закрытостью. Методы исследования идентичности: этнографическое наблюдение, опросники идентичности и преданности, интервью, нарративный анализ, анализ документов. Опросники организационной идентификации и методика их анализа (Дж. Чейни и П. Томпкинс; М. Эдвардс и Р. Печчеи).

### **Тема 8. Организационное научение**

Организационное и индивидуальное научение (обучение). Обучение – изменение реакции на один тот же стимул (К. Вейк). Организационное научение как способность сотрудников организации обучаться новым знаниям и делать их доступными от имени организации (Г. Хьюбер). Научение когнитивное и поведенческое. Противопоставление учебных и практических проблем (Р. Стернберг).

Основные формы поведенческого научения: респондентное, оперантное и социальное (Б.Ф. Скиннер). Подкрепление и наказание в процессе научения как способ влияния на результат. Виды положительного и отрицательного подкрепления и наказания. Неэффективность положительных наказаний. Теория социального научения А. Бандуры. Социальное научение через моделирование предвидимых последствий; через наблюдение (викарное научение).

Неявное знание (К. Поланьи): с трудом артикулируется, не является общеизвестным в сфере практики. Черты неявного знания: добывается без внешней поддержки, процедурное, напрямую связано с целями. Требования к осознанности, рефлексивности, оправданности, согласованности явного знания. Распространение неявного знания в повседневных разговорах и практиках. «Метод I» (монологическая трансляция) и «метод II» (сотрудничество, переговоры) в получении знания (Дж. Фрост, М. Остерло). Неявные знания как часть «практического интеллекта» и методы их оценки через решение типичных проблемных ситуаций (Р. Стернберг).

Корпоративное обучение как постоянная трансформация явного знания в неявное и снова в явное (спираль). Условия, благоприятные для создания знания: намерение, автономия, созидательный хаос, избыточность, разнообразие. Модель создания знания SECI (И. Нонака, Х. Такеучи): социализация, экстернализация, комбинирование, интернализация.

От индивидуального научения и организационному. Организационная среда как рынок идей. Процессы социального влияния. Теория центрального и периферического путей убеждения. Негативная связь количества уровней иерархии и научения. Защита руководителей от негативной информации («самоназначенные цензоры», умохранители). Экспликация организационных норм и практик как ответ на воздействие плохо обучаемых «новичков» и «девиантов» (Дж. Марч). Научение руководителей: быстрое - ориентированное на принятие решений и изменение организации; медленное - ориентированное на точность.

Социокогнитивный конфликт (В. Дуаз и Г. Мюньи) как средство организационного научения: несовпадение представлений, укорененность когнитивного противоречия в социальных отношениях. Потребность в когнитивном разнообразии. Управление научением через «социальную архитектуру» (И. Богенридер). Параметры проблемной ситуации. Социальная архитектура в условиях технической неопределенности (поиск новых способов решений) и целевой неопределенности (поиск новых задач). Научение с одной петлей и с двойной петлей (К. Арджирис). Роль структурных пустот в получении избыточной информации (Р. Берт). Культурно-интерпретивистский подход к организационному научению (Д. Яноу): внимание к ситуационным значениям в ходе рабочих процессов.

## **Тема 9. Информационно-коммуникационные технологии в организационных коммуникациях**

Понятие информационного общества: сравнение и критический анализ подходов (Ф. Уэбстер). Многообразие опосредованных компьютерами коммуникационных и информационных систем. Сравнение коммуникаций лицом к лицу и компьютерно-опосредованных коммуникаций по критерию ограничений (идентификация отправителя, необходимость знания адреса, избирательность, стоимость доступа, географическая близость, наличие фильтров, ограничение длины сообщения и др.), диапазону передаваемой информации (аналоговая/цифровая, звук и изображение, социальное присутствие и др.), характеру взаимодействия (синхронность, тип обратной

связи, скорость ответа), особенностям сети (количество получателей, искажение при перегрузке, критическая масса пользователей).

Трудности формирования доверия и ограничения каналов и скорости коммуникации в компьютерно-опосредованной коммуникации. Теории выбора соответствующего канала коммуникации: теория богатства медиа (Р. Лингл и Р. Дафт, К. Вейк), теория социального присутствия (Дж. Шорт), теория обработки социальной информации (Дж. Салансик и Дж. Пфеффер), теория расширения канала (Дж. Карсон и Р. Змад), теория синхронности медиа (А. Денис и Дж. Валасич), теория социального влияния (Дж. Фалк), теория компенсаторной адаптации (Н. Кок).

Дуализм технологий (В. Орликовски) в контексте теории структуризации Э. Гидденса: технологии и институты как продукты и следствия человеческой деятельности. Структурирующее влияние технологий на организацию: принятие технологии, трансформация организации, институционализация технологии. Влияние организационной структуры на принятие коммуникационных и информационных технологий (жанры коммуникации, организационная культура, эффект социального присутствия, укоренение сетей коммуникации). Факторы взаимной трансформации организационных структуры и информационных технологий.

Снижение иерархичности и перераспределение властных полномочий от руководителей к подчиненным, разрушение организационных границ за счет создания неформальных групп. Кейс организационных изменений в Сбербанке.

Дифференциация различных каналов коммуникации в организациях (коммуникация лицом к лицу, аудио- и видеоконференции, электронная почта) по критериям восприятия социального присутствия, социоэмоционального содержания, возможности равноправного участия, конфликтности, удовлетворенности участников, эффективности и качества решений: экспериментальные данные.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ ЛИТЕРАТУРА

### ОСНОВНАЯ

1. Вейк, К. Смыслопроизводство в организациях / К. Вейк. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2015. – 320 с.
2. Дафт, Д.Л. Менеджмент / Д.Л. Дафт. – СПб.: Питер, 2015. – 656 с.
3. Кросс, Р. Невидимая сила социальных связей. Как на самом деле работают организации / Р. Кросс, Э. Паркер. – М.: Калидос Паблишинг, 2006. – 296 с.
4. Минцберг, Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг. – СПб.: Питер, 2012. – 512 с.
5. Пауэлл, У. Сети и хозяйственная жизнь / У. Пауэлл, Л. Смит-Дор // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2003. – Т.4, №3. – С. 61-105. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
6. Принятие решений в неопределенности. Правила и предубеждения / Под ред. Д. Канемана, П. Словика, А. Тверского. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2014. – 550 с.
7. Романов, П. В. Социальная антропология организаций: история, антропология и основные методологические принципы / П.В. Романов // Журнал социологии и социальной антропологии [Электронный ресурс]. – 1999. – Т.2, №4. – С. 92-107. – Режим доступа: <http://www.old.jourssa.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
8. Сивуха, С.В. Организационная коммуникация / С.В. Сивуха. – Минск: БГУ, 2010. – 120 с.
9. Титц, С. Язык организаций. Интерпретация событий и создание значений / С. Титц, Л. Коэн, Дж. Массон. – Харьков: Гуманитарный центр, 2008. – 324 с.
10. Холл, Р.Х. Организации: структуры, процессы, результаты / Р.Х. Холл. – СПб.: Питер, 2001. – 509 с.
11. Элвессон, М. Организационная культура / Мэтс Элвессон. – Харьков: Гуманитарный центр, 2005. – 458 с.
12. Эшфорт, Б. Теория социальной идентичности в контексте организации / Б. Эшфорт, Ф. Маил // Организационная психология [Электронный ресурс]. – 2012. – Т. 2, №1. – С. 4-27. – Режим доступа: <http://orgpsyjournal.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.

### ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

13. Андреева, О. Офисные работники: ритуальные формы поведения / О. Андреева, А. Кимерлинг // Антропология профессий: Сб. науч. ст. / Под ред. П.В. Романова и Е.Р. Ярской-Смирновой. – Саратов: Научная книга, 2005. – С.101-116.
14. Бандура, А. Теория социального научения / А. Бандура. – СПб.: Евразия, 2000. – 320 с.

15. Геберт, Д. Организационная психология. Человек и организация / Д. Геберт, Л. фон Розенштиль. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2006. – 623 с.
16. Грановеттер, М. Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности / М. Грановеттер // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2002. – Т.3, №3. – С. 44-58. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
17. Гриффин, Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2015. – 688 с.
18. Дик, Р. ван. Преданность и идентификация с организацией / Р. ван Дик. – Харьков: Гуманитарный центр, 2006. – 142 с.
19. Димаджио, П.Дж. Новый взгляд на «железную клетку»: институциональный изоморфизм и коллективная рациональность в организационных полях / П.Дж. Димаджио, У.В. Пауэлл // Экономическая социология [Электронный ресурс]. – 2010. – Т. 11, №1. – С. 34-56. – Режим доступа: <http://ecsoc.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
20. Зимбардо, Ф. Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. – СПб.: Питер, 2011. – 448 с.
21. Идентичность. Хрестоматия / Сост. Л.Б. Шнейдер. – М.: МОДЭК, 2008. – 272 с.
22. Канеман, Д. Думай медленно... Решай быстро / Д. Канеман. – М.: АСТ, 2013. – 656 с.
23. Кирхлер, Э. Принятие решений в организациях / Э. Кирхлер. – Харьков: Гуманитарный центр. – 2009. – 176 с.
24. Кристакис, Н. Связанные одной сетью: Как на нас влияют люди, которых мы никогда не видели / Н. Кристакис, Дж. Фаулер. – М.: Юнайтед Пресс, 2011. – 361 с.
25. Купрейченко, А.Б. Оценки организационной культуры у сотрудников с различным отношением к соблюдению нравственных норм делового поведения / А.Б. Купрейченко, Е.Н. Молодых // Организационная психология [Электронный ресурс]. – 2011. – Т.1, №1. – С. 24-38. – Режим доступа: <http://orgpsyjournal.hse.ru>. – Дата доступа: 01.03.2015.
26. Липатов, С.А. «Вовлеченность работника в организацию» или «увлеченность работой»: соотношение понятий / С.А. Липатов // Организационная психология [Электронный ресурс]. – 2015. – Т. 5, №1. – С. 104-110. – Режим доступа: <http://orgpsyjournal.hse.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
27. Липатов, С.А. Исследования организационной идентификации в зарубежной психологии / С.А. Липатов, А.В. Ловаков // Национальный психологический журнал [Электронный ресурс]. – 2010. – №1. – С. 70-75. – Режим доступа: <http://www.psy.msu.ru/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
28. Ловаков, А.В. Организационная идентификация и приверженность персонала: сходство и различие / А.В. Ловаков, С.А. Липатов // Психология. Журнал Высшей школы экономики [Электронный ресурс]. – 2011. – Т.8, №2. – С. 69-80. – Режим доступа: <http://www.hse.ru/mag/psi/>. – Дата доступа: 01.03.2015.



29. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб.: Питер, 2015. – 800 с.
30. Мачеринскене, И.М. Социальный капитал организации: методология исследования / И.М. Мачеринскене, Р.В. Минкуте-Генриксон, Ж.Й. Симанавичене // Экономика образования. – 2009. – №2. – С. 28-38.
31. Мильнер, Б.З. Теория организации / Б.З. Мильнер. – М.: Инфра-М, 2014. – 864 с.
32. Морган, Г. Имиджи организации. Восемь моделей организационного развития / Г. Морган. – М., СПб.: Вершина, 2006. – 414 с.
33. Мюллер, А.П. Организационная коммуникация / А.П. Мюллер, А. Кизер. – Харьков: Гуманитарный центр, 2005. – 438 с.
34. Пайнс, Э. Практикум по социальной психологии / Э. Пайнс, К. Маслач. – СПб.: Питер, 2000. – 528 с.
35. Практический интеллект / Под ред. Р.Дж. Стернберга. – СПб.: Питер, 2002. – 266 с.
36. Теория организации и организационное поведение / Громова О. [и др.]. – М.: Юрайт, 2014. – 480 с.
37. Фуко, М. Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы [Электронный ресурс]. - 1999. – Режим доступа: <http://www.gumer.info/>. – Дата доступа: 01.03.2015.
38. Шейн, Э.Г. Организационная культура и лидерство / Э.Г. Шейн. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.
39. Batchelor, B. Starbucks: A case study examining power and culture via radical socioframa / B. Batchelor, K. Krister // PRism [Electronic resource]. - 2012. – Vol. 9, №2. – Mode of access: <http://www.prismjournal.org/>. – Date of access: 01.03.2015.

#### ИСТОЧНИКИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ИЗУЧЕНИЯ И КОНСПЕКТИРОВАНИЯ

40. Гладуэлл, М. Гении и аутсайдеры. Почему одним все, а другим ничего? / М. Гладуэлл. – М.: Юнайтед Пресс, 2013. – 264 с.
41. Карасюк, Е. Слон на танцполе. Как Герман Греф и его команда учат Сбербанк танцевать / Е. Карасюк. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 280 с.
42. Паркинсон, С. Н. Законы Паркинсона: Сборник / С.Н. Паркинсон. - М.: Прогресс, 1989. – 448 с.
43. Риддерстрале, Й. Бизнес в стиле фанк. Капитал пляшет под дудку таланта / Й. Риддерстрале, К.А. Нордстрем. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 288 с.
44. Шуровьески, Дж. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем поодиночке, и как коллективный разум влияет на бизнес, экономику, общество и государство / Дж. Шуровьески. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 320 с.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Самостоятельная работа студентов организуется в соответствии с типовым учебным планом специальности на основании действующего в учреждении высшего образования Положения о самостоятельной работе студентов.

Самостоятельную работу студентов по дисциплине «Организационные коммуникации» в аудитории рекомендуется осуществлять в форме индивидуальных письменных заданий по применению изучаемых тем (организационная структура, культура, идентичность и др.) в отношении конкретной организации по мере изучения конкретной темы.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов предполагает подготовку студентов к семинарским занятиям и экзамену.

Дополнительно студенты могут подготовить в группах до 3 человек статьи для Википедии – свободной интернет-энциклопедии, посвященные значимым теориям, концепциям, фигурам в области организационных коммуникаций.

Дополнительно студенты могут также самостоятельно изучить научно-популярную литературу из списка источников для конспектирования и представить результаты работы в учебной группе.

## ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ СРЕДСТВ ДИАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для диагностики результатов учебной деятельности рекомендуется использовать результаты выполнения письменных заданий по применению изучаемых концепций в отношении конкретной организации; проведение коллоквиума.

Рекомендуемая форма отчетности – экзамен, который может быть проведен как в устной форме, так и в письменной (экзаменационная работа).